

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Jenis Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan jasa pengiriman barang yaitu PT. Pos Indonesia Cabang Malang yang beralamat di Jl. Merdeka Selatan No.5 Malang.
2. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu menjelaskan dan menguraikan karakteristik variabel yang diteliti. Metode survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi serta menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

B. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia cabang Malang. Menurut Sugiyono (2013:117), populasi adalah wilayah general penelitian yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

2. Sampel Penelitian

Menurut Widayat dan Amirullah (2002:58), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Besarnya sampel dalam melakukan penelitian, ukuran sampel yang layak dalam melakukan penelitian adalah 30 sampai 500 (Widayat, 2004:45). Berdasarkan penjelasan sampel diatas, maka peneliti menggunakan 100 responden dalam melakukan penelitian ini.

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013) teknik *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel yang secara kebetulan sedang melakukan pengiriman melalui PT. Pos Indonesia. Teknik pengambilan sampel digunakan pada saat mencari sampel dan memberikan kuisioner kepada responden pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Malang.

Kriteria responden yang akan diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia minimal dua kali pengiriman.
2. Pelanggan dengan tujuan pengiriman barang dalam negeri.
3. Pelanggan yang berdomisili di Malang.
4. Pelanggan yang berusia minimal 15 tahun sampai dengan 47 tahun.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = Z^{2\alpha} \left(\frac{P \times Q}{d^2} \right)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

$Z^{2\alpha}$ = Z tael dengan tingakt signifikansi tertentu.

Q = (1-P), proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu

P = Proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu.

D = Tingkat kesalahan yang ditoleransi.

(Supramono dan Haryanto, 2005:62)

Lebih jelasnya akan dijelaskan pada perhitungan berikut ini, misal proporsi populasi yang diharapkan sebesar 50%, tingkat kesalahan sebesar 10%, dengan tingkat kepercayaan 95% = 1,96 dengan menggunakan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh yaitu sebesar:

$$n = Z^{2\alpha} \left(\frac{P \times Q}{d^2} \right)$$

$$n = 1,96^2 \left(\frac{0,50 (1-0,50)}{0,10^2} \right)$$

$$n = 96,04$$

Hasil perhitungan 96,04 tersebut dibulatkan menjadi 100 agar memudahkan pembagian. Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan 100 responden sebagai sampel.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ini dapat berupa opini subjek penelitian secara individu maupun kelompok, hasil dari observasi suatu benda, kegiatan dan hasil pengujian. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

Kuesioner akan dibagikan kepada sampel atau responden penelitian ini dengan cara mendistribusikan kuesioner kepada responden yang akan melakukan pengiriman melalui PT. Pos Indonesia.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan angket atau kuisisioner. Menurut Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Distribusi kuesioner kepada sampel pada penelitian ini dengan cara memberikan angket atau kuesioner kepada responden yang secara kebetulan sedang melakukan pengiriman barang melalui PT. Pos Indonesia di Jl. Merdeka Selatan No. 5 Malang. Metode ini akan digunakan peneliti untuk memperoleh data mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia cabang Malang.

E. Skala Pengukuran Variabel

Teknik skala pengukuran data yang digunakan pada penelitian ini untuk memberikan jawaban pada setiap item-item pertanyaan atau pernyataan adalah dengan menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2010). Responden diharapkan mengisi daftar pertanyaan atau pernyataan dengan jumlah lima kategori dan semua jawaban responden dihitung dengan menggunakan tabel skor sebagai berikut :

Tabel 3.1
Skala Likert

Kategori	Skor/Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup (C)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2010)

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen (X) yaitu variabel kualitas layanan dan variabel independen (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Berdasarkan kajian teori, maka dapat diketahui ada beberapa variabel dan indikatornya yang dirangkum pada tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Bukti Fisik (X1)	Bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. (Parasuraman <i>et al.</i> , 1988).	Bukti fisik Pos Indonesia adalah segala fasilitas fisik atau atribut – atribut jasa termasuk perlengkapan yang dapat dilihat secara nyata dan nampak di mata konsumen saat berada di tempat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi modern 2. Jam kerja yang nyaman 3. Karyawan berpenampilan rapi 4. Kelengkapan fasilitas ruang publik seperti tempat parkir, tempat sampah, pena, toilet, tempat duduk, dan lain-lain 	<p>Mas Arod M (2016)</p> <p>Annafi Masruri (2013)</p> <p>Luis V. <i>et al.</i> (2011)</p> <p>Dr. Alireza Miremadi (2011)</p> <p>Chao Wen <i>et al.</i> (2011)</p> <p>Parasuraman <i>et al.</i> (1988).</p>
Kehandalan (X2)	Kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya (Parasuraman <i>et al.</i> , 1988)	Kehandalan adalah kemampuan Pos Indonesia untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara tepat, cepat, akurat, dan terpercaya serta memberikan perhatian kepada pelanggannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan 2. Karyawan memberi layanan secara tepat sejak awal 3. Karyawan selalu memberi tahu kepastian tibanya 	

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
			barang yang dikirim 4. Karyawan bersungguh-sungguh memecahkan masalah pelanggan	
Daya Tanggap (X3)	Daya tanggap adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas (Parasuraman <i>et al</i> , 1988)	Daya tanggap pada Pos Indonesia adalah kemauan pegawai untuk tanggap dalam membantu para pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tepat serta penyampaian jasa yang jelas.	1. Kesiapan karyawan untuk merespon permintaan pelanggan 2. Keramahan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan 3. Karyawan selalu siap untuk membantu pelanggan	
Jaminan (X4)	Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan kesopanan dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan (Parasuraman <i>et al</i> , 1988)	Jaminan pada Pos Indonesia adalah kemampuan karyawan Pos Indonesia untuk meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen juga mencakup pengetahuan dan sikap karyawan.	1. Pelanggan merasa aman dalam bertransaksi 2. Karyawan secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan 3. Perilaku karyawan mampu membuat pelanggan mempercayai mereka	

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
			4. Karyawan memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan	
Empati (X5)	Empati adalah pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau personal yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan (Parasuraman <i>et al</i> , 1988)	Empati pada Pos Indonesia meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan serta berupaya memahami keinginan pelanggan.	1. Kemampuan pegawai memahami kebutuhan spesifik pelanggannya 2. Perusahaan memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada pelanggannya 3. Perusahaan selalu mengutamakan kepentingan para pelanggannya 4. Karyawan memberikan rasa adil kepada para pelanggan.	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang	Kepuasan pelanggan pada Pos Indonesia merupakan	1. Kesesuaian layanan dengan harapan	

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
	muncul setelah membandingkan persepsi pelanggan terhadap hasil dari suatu produk dengan harapannya. (Kotler dan Armstrong, 2004)	tindakan pelanggan yang merasa puas atas apa yang diperoleh dari kualitas layanan yang ditawarkan oleh Pos Indonesia Pusat kota Malang.	2. Pelanggan bersedia memakai kembali jasa tersebut 3. Pengalaman yang memuaskan dalam memakai jasa tersebut 4. Pelanggan dengan sukarela merekomendasikan kepada orang – orang terdekat	

Sumber: data primer yang diolah 2018

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu, variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu dimensi kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

G. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014) hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) yaitu valid. Valid berarti instrumen data tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Pada penelitian ini, digunakan validitas eksternal yang mana instrumen dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut sesuai dengan data atau informasi lain yang mengenai variabel penelitian yang dimaksud (Arinkunto, 2013). Suatu kuisisioner dinyatakan valid apabila, jika pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan ssesuatu yang diungkapkan oleh kuisisioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menguji validitas pada penelitian ini adalah *corrected item total correlation* dengan menggunakan program *SPSS for Windows 21.00 for Windows Software* untuk menemukan item kuesioner yang valid dengan kriteria penilaian uji validitas, sebagai berikut :

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Berikut adalah hasil uji coba pengujian validitas 40 data

kusioner :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel 40 Data Item Total Statistics

Item	r hitung	r tabel	Ket.
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) (x_1)			
$X_{1.1}$ Teknologi informasi yang modern	0.542	0.263	Valid
$X_{1.2}$ Jam buka tepat waktu	0.653	0.263	Valid
$X_{1.3}$ Karyawan berpenampilan rapi	0.541	0.263	Valid
$X_{1.4}$ Kondisi area parkir yang luas	0.424	0.263	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>) (x_2)			
$X_{2.1}$ Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0.620	0.263	Valid
$X_{2.2}$ Karyawam memberi layanan secara tepat sejak awal	0.832	0.263	Valid
$X_{2.3}$ Karyawan selalu memberi tahu kepastian tibanya barang yang dikirim	0.737	0.263	Valid
$X_{2.4}$ Karyawan bersungguh-sungguh memecahkan masalah pelanggan	0.713	0.263	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) (x_3)			
$X_{3.1}$ Karyawan dengan cepat merespon permintaan pelanggan	0.696	0.263	Valid
$X_{3.2}$ Karyawan bersikap ramah dalam menjawab setiap pertanyaan pelanggan	0.675	0.263	Valid
$X_{3.3}$ Karyawan selalu siap untuk membantu pelanggan	0.746	0.263	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>) (x_4)			
$X_{4.1}$ Pelanggan merasa aman dalam bertransaksi	0.620	0.263	Valid
$X_{4.2}$ Karyawan secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan	0.726	0.263	Valid
$X_{4.3}$ Perilaku karyawan mampu membuat pelanggan mempercayai mereka	0.576	0.263	Valid
$X_{4.4}$ Karyawan memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan	0.559	0.263	Valid
Empati (<i>Empathy</i>) (x_5)			
$X_{5.1}$ Kemampuan pegawai memahami kebutuhan spesifik pelanggannya	0.524	0.263	Valid
$X_{5.2}$ Perusahaan memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada pelanggannya	0.547	0.263	Valid

Item	r hitung	r tabel	Ket.
$X_{5.3}$ Perusahaan selalu mengutamakan kepentingan para pelanggannya	0.765	0.263	Valid
$X_{5.4}$ Karyawan memberikan rasa adil kepada para pelanggan.	0.580	0.263	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
$Y_{1.1}$ Kesesuaian layanan dengan harapan	0.645	0.263	Valid
$Y_{1.2}$ Pelanggan bersedia memakai kembali jasa tersebut	0.738	0.263	Valid
$Y_{1.3}$ Pengalaman yang memuaskan dalam memakai jasa tersebut	0.795	0.263	Valid
$Y_{1.4}$ Pelanggan dengan sukarela merekomendasikan kepada orang-orang terdekat	0.705	0.263	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

Nilai dari tabel r dengan signifikansi 5% atau 0.05 dengan $n=40$ (jumlah responden uji coba) memiliki $df=38$ yang diperoleh dari $n-2$ atau $40-2$. Maka, nilai r tabel sebesar 0.263 (dapat dilihat pada lampiran). Suatu item pertanyaan dikatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Secara keseluruhan pada uji coba penelitian ini valid dan dapat digunakan untuk pengukuran selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014), instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu obyek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama. Pada penelitian ini, menggunakan pengujian reliabilitas dengan metode *alpha cronbach* dan digunakan program *SPSS 21.00 for Windows Software*.

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai cronbach $> 0,6$ maka reliabel.
- 2) Apabila nilai alpha $< 0,6$ maka tidak reliabel.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Variabel 40 Data Reliability Statistics

Dimensi Kualitas Layanan	Cronbach Alpha	Keterangan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) (x_1)	0.735	Reliabel
Kehandalan (<i>Reliability</i>) (x_2)	0.866	Reliabel
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) (x_3)	0.839	Reliabel
Jaminan (<i>Assurance</i>) (x_4)	0.803	Reliabel
Empati (<i>Empathy</i>) (x_5)	0.784	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.866	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2018)

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji data-data yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah memenuhi asumsi klasik, yaitu data terdistribusi normal, tidak terjadi gejala multikolinearitas, tidak terdapat autokorelasi dan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika telah memenuhi keempat hal tersebut maka model regresi akan memberikan hasil yang *Best Linear Unbiased Estimator* atau BLUE, (Ghozali, 2011). Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program *SPSS 21.00 for Windows Software*. Berikut adalah serangkaian uji asumsi klasik, yaitu :

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi yang baik memiliki distribusi data normal atau

mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov Test* terhadap model yang diuji.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas terjadi apabila nilai signifikannya kurang dari 0,05.

c. Uji Multikolinerieritas

Menurut Ghozali (2011) uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orgonal. Variabel orgonal sendiri adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF dalam tabel *Coefficient*. Apabila nilai toleransi diatas 0,1 maka tidak terjadi multikolonieritas. Sama halnya dengan nilai VIF tidak lebih besar

dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas pada variabel bebas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi keadaan dimana variabel gangguan pada periode sebelumnya. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Hal ini sering ditemukan pada data *time series* karena gangguan pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Cara yang digunakan untuk mendiagnosis adanya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin-Watson (DW test)*

$$D - w = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})}{\sum e_t^2}$$

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2011) adalah sebagai berikut:

- a. Bila DW terletak antara batas atas (*Upper bound / du*) dan 4-du, maka tidak ada autokorelasi.
- b. Nila DW lebih rendah dari pada batas bawah (*Lower bound / dl*) maka ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar dari (4-dl), maka ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak antara (4-du) dan diantara (dl-du) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

H. Analisis Deskriptif

Menurut Ferdinand (2006), penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yang digunakan untuk memberikan gambaran atas data yang dikumpulkan. Analisis Deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai indeks. Nilai indeks adalah alat yang digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden variabel yang diteliti. Menurut Widiyanto dan Prasilowati (2015) rumus nilai indeks sebagai berikut :

$$\frac{(\%F_1.s) + (\%F_2.s) + (\%F_3.s) + (\%F_4.s) + (\%F_5.s)}{5}$$

Keterangan :

%F = Prosentase frekuensi responden dalam menjawab

S = Skor

Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 untuk minimal dan maksimal adalah 5. Jumlah pertanyaan dalam penelitian ini pada variabel independen adalah 23 pertanyaan, sedangkan pada variabel dependen sejumlah 4 pertanyaan. Total nilai indeks adalah 100 dengan kriteria 3 kotak (Three-box-Method), maka rentang 100 (10-100) akan menghasilkan rentang sebesar 30 yang digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks. Penggunaan 3 kotak (Three-box-Method) terbagi sebagai berikut :

10,00 – 40,00 = Rendah

40,01 – 70,00 = Sedang

70,01 – 100 = Tinggi

Peneliti menentukan indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

I. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif seperti pada penelitian ini, menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antar variabel independen (dimensi kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Penelitian ini akan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

A = Nilai Intersep Konstanta

b₁,b₂,b₃,b₄,b₅ = Koefisien regresi

X₁ = Variabel bukti fisik

X₂ = Variabel kehandalan

X3 = Variabel daya tanggap

X4 = Variabel jaminan

X5 = Variabel empati

e = *error*/variabel pengganggu

J. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Pengujian analisis koefisien determinasi pada penelitian ini menggunakan *SPSS 21.00 for Windows Software*.

K. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi.

1. Uji t

Menurut Kuncoro (2004) Uji Statistik t (parsial) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel secara individual

dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian t pada penelitian ini menggunakan *SPSS 21.00 for Windows Software*, dengan kriteria pengujian hipotesis berdasarkan nilai probabilitas t hitung.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Pada penelitian ini dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangible* (H1), *reliability* (H2), *responsiveness* (H3), *assurance* (H4), dan *emphaty* (H5) akan diuji secara individual untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Kriteria pengujian sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji F

Menurut Kuncoro (2004) Uji Statistik F (simultan) pada dasarnya menunjukkan apabila semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersamaan terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah syarat hasil kepuasan dalam Uji F. Pada penelitian

ini dimensi kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* akan diuji secara bersama-sama untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan yang menjadi hipotesis keenam (H6) pada penelitian ini.

Kriteria pengujian sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai $Sig. > 0,05$ maka diterima dan ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan.
- b. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$ maka ditolak dan diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan..

